

BACHELOROPPGAVE

Kø til hver en utpost?

En kvalitativ studie om deltakerperspektiv på ekspedisjonsturisme.

Av:

Kandidatnummer: 5, Annichen Emilia Andvig Iwarsson

Bachelor i friluftsliv

ID3 - 322

Desember 2013

Forord

Denne bacheloroppgaven er skrevet i forbindelse med friluftsliv studiet ved Høgskolen i Sogn og Fjordane. Arbeidsprosessen med denne oppgaven har vært spennende, utfordrende og lærerik. Det har vært gøy å få jobbe med og jeg har lært masse om tema jeg har holdt på med, vitenskapelig teori og meg selv som person.

Å få lov til å skriv en oppgave innenfor feltet friluftsliv og innenfor tema ekspedisjonsturisme er jeg veldig takknemlig for. Det er et team jeg synes er veldig interessant og som jeg ønsker å kunne mer om. Det er i tillegg et tema det er gjort mindre forskning på.

Jeg vil her benytte anledningen til å gi en stor takk til veilederen min Vegard Vereide som er dyktig og engasjert. Han har vært til stor hjelp i hele prosessen. Fra jeg tok mine første steg inn i møte med vitenskaplige forskningsteorien, til å hjelpe meg å finne relevant teori og har hele veien stilt gode spørsmål for å hjelpe meg til å komme videre i prosessen og helt i mål.

Jeg vil også få gi en stor takk til alle informantene mine som har uttrykt sine meninger og gitt ærlige svar. Uten dem hadde ikke oppgaven vært mulig å skrive. Vil også få rette en takk til familie, venner og kjæresten min som alltid er med og støtter meg, også nå i mitt arbeid med bacheloren. Takk:)

Sogndal, Desember 2013

Anncihen Emilia Andvig Iwarsson

Sammendrag

Hensikten med denne bacheloroppgaven er en kvalitativ studie av deltakerperspektiv på ekspedisjonsturisme. Målet er å se på hvorfor noen personer velger å dra på tur med en kommersiell aktør og hva de får ut av disse turene. Det er i liten grad vært forsket på hvorfor man dra på disse turene og hva deltakerne sitter igjen med, når det kommer til det kommersielle friluftslivet. Grunnen for dette kan ha sammenheng med at det fort ikke blir sett på som «ekte» friluftsliv, men heller turisme.

Analysen som er gjort i denne oppgaven er basert på informasjon fra de tre kvalitative intervjuene jeg har gjennomført, teori som finnes på feltet og min egen erfaring. Alle mine informanter har vært på ulike turer, som har vært på minimum en uke, og ingen av dem har brukt den samme kommersielle aktøren. Empirien i denne oppgaven har som formål å se på deltakerperspektiv på ekspedisjonsturisme. Utvalget mitt er ikke stort nok til at kan se om det er noen generelle tendenser i forhold til samfunnet, jeg kan bare se om det er noen tendenser som går igjen for mine informanter. Det trengs mer forskning på feltet om man skal kunne trekke en generell konklusjon.

Mine informanter har valgt sine turer fordi de har lyst til å se om de mestrer turene. Det er ikke læringsutbyttet som står i fokus for valg av tur, men opplevelsen. Det betyr ikke at det ikke er rom for læring og erfaring på kommersielle turer. Samtlige av mine informanter snakker om hva de har lært av turen, opplevelser de sitter igjen med og at det har gitt mersmak. Hva de har fått ut av turen ser de klarer når de kommer hjem fra den.

På tur innenfor nisjen ekspedisjonsturisme finnes det alltid noe risiko igjen når man drar ut på tur. Dette fordi disse turene går til utilgjengelige plasser med liten infrastruktur. Selv om målet for å dra på tur er for å få utfordre seg selv, og oppleve noe nytt er det ingen av mine informanter som drives av å oppsøke risiko som går på livet løs. De er klar over at det er noe risiko i det de skal begi seg ut på, men det er ikke dette som driver dem til å dra på disse turene. Grunnen for å reise på disse turene ligger i ønsket om å få oppleve noe nytt, få utfordre seg selv og se om man mestrer.

Nøkkelord: Ekspedisjonsturisme, Friluftsliv, Eventyrturisme, Kommersialisering, Dannelse, Selvrealisering

Innholdsliste

Forord.....	2
Sammendrag.....	3
Innholdsliste.....	4
1 Innledning.....	5
1.1 Problemstilling.....	6
2 Teori.....	7
2.1 Det som muliggjør ekspedisjonsturisme – friluftsliv og endringer.....	7
2.2 Kommersielt friluftsliv.....	9
2.3 Eventyr- og ekspedisjonsturisme.....	10
2.3.1 Eventyrturisme vs. Adventure tourism?.....	10
2.4 Selvrealisering	12
2.5.1 Indre og ytre motivasjon.....	13
3 Metode.....	15
3.1 Vitenskapelig tilnærming.....	15
3.1.1 Hermeneutikk og fenomenologi.....	16
3.2 Valg av metode.....	17
3.2.1 Kvalitativ eller kvantitativ metode?.....	17
3.3 Meg som forsker.....	18
3.4 Forskningsprosessen og intervju.....	19
3.4.1 Utvalg	20
3.5 Validitet og reliabilitet.....	20
4 Diskusjon og analyse.....	23
4.1 Presentasjon av deltakerne	23
4.2 «Alle» gjør det! - hvorfor drar man på tur?	24
4.3 Men hensikten, målet?	26
4.4 Det kommersielle aspektet.....	30
4.5 Selvrealisering, læring, risikosøken eller (selv)dannelse?	32
5 Konklusjon	37
6 Litteraturliste.....	39
6.1 Bøker.....	39
6.2 Andre kilder.....	39
7 Vedlegg.....	41
7.1 Intervjuguide.....	41

1 Innledning

Denne oppgavene handler om hvordan deltakere på turer innenfor nisjen ekspedisjonsturisme beskriver sine turer, hvorfor de dra på tur, og hva de får ut av dem. Det er stadig flere som betaler for å delta på organiserte turer, noe som fører til at det er en næring i vekst. Det er hevdet at organiseringen og kommersialisering av friluftslivet kan sees på som en endring i selve meningsinnholdet i friluftsliv(Hollandvik, 2010).

Deltakerperspektiv på turer med en kommersiell aktør er noe det foreligger relativt lite forskning på. Hollandvik (2010) har sett på deltakerperspektiv på føringsturer til fjells i forbindelse med sin master, da med turer som varer en dag. Videre er det i vår tid gjort lite undersøkelser som ser på hva kommersielle turer gir deltakerne. Det er heller gjort studier på hvorfor folk klatrer, bestiger høye fjell, og kaster seg ut fra fjellvegger med fallskjerm på ryggen(Hollandvik, 2010). Men det er viktig å understreke at dette handler om selvstendige utøvere, de har ikke betalt noen for å ta dem med på tur.

Innenfor ekspedisjonsturisme handler om å dra på lengre turer til sårbare områder uten særlig infrastruktur(Swarbrooke mfl., 2003). Dette er et nisjeprodukt som vokser ikke bare i Norge, men i resten av verden. Det å reise til jordens ytterpunkter har i lange tider vært tillagt kun et fåtall. Så langt tilbake man vet noe om mennesker har det reist, men turisme er et moderne fenomen. Det er først mot slutten av det 20.århundre at turismen fikk et omfang som en viktig økonomisk faktor, kulturell katalysator og samfunnsinstitusjon(Vikne, 2001). Hollandvik (2010) trekker frem at grunnen for at det foreligger lite forskning i forhold til deltaker på kommersielle turer er fordi det ofte blir sett på som turisme og ikke friluftsliv.

Man har i løpet av de siste 50årene sett at friluftsliv har utviklet seg til en bred folkelig aktivitet som omfatter store befolkningsgrupper(Bischoff og Odden, 2000). Vi har en sterk friluftslivstradisjon i Norge, men man har de siste årene sett en endring innenfor aktivitetsmønster og meningsinnhold. Motivene for å drive friluftsliv har de siste 30årene hatt sin forankring i rekreasjon, fellesskap og miljøbevissthet(Bischoff og Odden, 2000). Nå ser man, og da spesielt hos de unge, at motivene deres for å drive friluftsliv i større grad har forankring i mestring, spenning og selvutvikling. Det er et ønske om å se hva man kan og ikke kan, få utfordre seg selv og bedrive aktiviteter som kan skape mestringsfølelse hos den enkelte.

Vi lever i et land hvor mange vil drive med friluftsliv, og stadig flere er villige til å betale for å komme seg ut på tur. Det er også flere som utdanner seg for å kunne jobbe med friluftsliv(Hallandvik, 2010). Ved å se på hva som gjør at noen velger å dra på kommersielle turer og hva de får ut av disse turene, kan man forsøke å være med på å belyse et tema det så langt ikke er gjort så mye forskning på.

Bakgrunnen for å se på deltakerperspektiv på ekspedisjonsturisme er at det er et felt jeg er veldig nysgjerrig på. Jeg har de siste tre sommersesongene hatt gleden av å jobbe som brefører og herfra er min nysgjerrighet blitt trigget på hva det er disse gjestene får ut av turene. Grunnen for at jeg har valgt å se på turer som varer over en uke, er at det til stadighet dukker opp ulike ting i media om disse turene. Derfor har jeg fått lyst til å se nærmere på hva som gjør at folk bruker tid, energi og penger på relativt krevende turer når de har ferie, avspasering og liknende.

1.1 Problemstilling

Problemstilling jeg har kommet frem til er:

«Hvordan skildrer og forklarer noen deltakere innenfor nisjen ekspedisjonsturimse om sine opplevelser fra turen, hva er det de får ut av den?»

For å kunne svar godt på dette har jeg også underproblemstillingene:

- i) Hva gjorde at de dro på turen?*
- ii) Hvorfor valgte de å bruke en kommersiell aktør?*
- iii) Hva sitter de igjen med i ettertid?*

Jeg ønsker å se på meningsinnholdet i turen og hva som er bakgrunnen for at man velger å bruke en kommersiell aktør. Med meningsinnholdet mener jeg at jeg vil se på om det kun er en opplevelse man er ute etter eller om det finnes rom for en læringsdimensjon i denne typen turer.

2 Teori

I dette kapittelet vil jeg se på det teoretiske perspektivet som er relevant for min problemstilling. Her vil jeg blant annet komme inn på hva som gjør ekspedisjonsturisme mulig i dag, si litt om det kommersielle friluftslivet og begrepsavklare rundt relevante punkt for oppgaven. Jeg vil ta for meg teorier som er med på å danne grunnlaget for min tolkning og forståelse, og som gir rom for diskusjon og analyse.

2.1 Det som muliggjør ekspedisjonsturisme – friluftsliv og endringer

I løpet av de siste 50årene har friluftslivet utviklet seg til en bred folkelig aktivitet som omfatter store befolkningsgrupper(Bischoff og Odden, 2000). Det er altså en generell interesse i Norge for å drive med Friluftsliv. Det man ser innenfor friluftslivet i dag er at det skjer en endring i forhold til aktivitetsmønster, og i forhold til meningsinnholdet(Bischoff og Odden, 2000). Friluftsliv ikke er noe statisk. Det er i utvikling hele tiden og det er viktig at man ser friluftslivet i forhold til en kontekst, for at det skal gi mening. Samfunnet er til stadighet i endring og med moderniseringen som har vært i samfunnet har det også skjedd modernisering og endring innenfor friluftslivet.

Bischoff og Odden (2000) ser på hvordan både aktivitetsmønsteret og rammene for friluftslivutøvelse har endret seg de siste 50årene. De trekker blant annet frem, at frem til ca 1970 var friluftsliv å regne som en uformell tradisjon og nesten all opplæring og foregikk innenfor familien, kameratgruppen eller frivillige organisasjoner. Men etter 1970 fikk vi i Norge for alvor en offisiell friluftslivspolitikk(Bischoff og Odden, 2000). Dette førte til at myndighetene i større grad så på det som sin oppgave å legge til rette for friluftsliv utøvelse. Grunnen for dette var at det stadig var flere som bodde i byer og man merket allerede da en mindre oppslutting om ulike friluftsliv aktiviteter. Videre så en også at friluftsliv var helse og trivselsskapende. Det kunne brukes på flere områder enn kun på fritiden, for eksempel til helsefremmende arbeid(Bischoff og Odden, 2000). Friluftslivet ble altså mer institusjonalisert. Dette så man ved at det kom inn i grunnskole og videregående og ble eget fag på i høgskolesystemet.

Man ser også at oppslutningen om Den Norske Turistforeningen(DNT) sine fellesturer øker og det blir flere per år(Bischoff og Odden, 2000). På 1970-tallet kommer også en tiltakende kommersialisering. Dette gjennom stadig flere tilbud hva gjelder turer og kurs. Både gjennom DNT, men også av andre aktører¹. De siste 10årene har antall kommersielle kursarrangører eksplodert. Noen av disse baserer seg på tradisjonelle turer og høstningsaktiviteter, men de fleste har sin

¹ Et eksempel på andre aktører er Eventyrreiser som ble startet av Ulf Prytz på 1970-tallet, idag er det slått sammen med Hvitserk og det er under dette navnet de idag opererer. (<http://www.hvitserk.no/om/firma-og-historie/>)

virksomhet rundt det som ofte blir karakterisert som spennings- og eventyraktiviteter (Bischoff og Odden, 2000). Eksempler på dette kan være brevandring, klatring, rafting og juving. Disse aktivitetene er i følge Mehemetoglu (2007) en del av det som utgjør grunnlaget for spennings- og eventyrreiser, og som er blitt en viktig del av folks ferier².

I Norge har de fleste et forhold til begrepet friluftsliv. Dette begrepet har tradisjonelt sett i det norske samfunnet vært sett på som noe betydningsfullt og naturlig (Hallandvik, 2010). Motivene for å drive friluftsliv har de seneste 30 årene i hovedsak vært basert på rekreasjon, felleskap og miljøbevissthet (Bischoff og Odden, 2000). I vår tid ser man at en endring holder på å skje og spesielt blant de unge. Man ser at motivene deres i større grad har sin forankring i mestring, spenning og selvutvikling. Samtidig bruker en fortsatt naturen som et fristed, men det har større sammenheng med at se hva man kan og ikke kan. Videre velger en også friluftslivsaktiviteter i større grad ut ifra hva man selv har lyst til, og ikke i samme grad i forhold til tradisjon (Bischoff og Odden, 2000).

Dette gjør at det skjer en holdningsendring der motivene går fra miljøbevissthet og sosiale verdier til mestring og spenning for den enkelte. Aktivitetene som kommer inn i vår tid er mer spesialisert og ofte mer utstyrskrevene. Det er generelt en samfunnsendring at vi lever i en tid der det er stigende spesialisering og økning av ekspertsystemer (Giddens, 1997). Noe som gjør at man kanskje ikke har all den kunnskapen man trenger for å kunne gjennomføre en ekspedisjonsliknende tur på egenhånd.

Vi lever i et samfunn hvor tid er blitt penger og tidsklemma³ er lett å havne i. Dette er en av grunnene til at det er et marked for ekspedisjonsturisme i dag. Giddens (1997) viser til at en av modernitetens konsekvenser er at vi lever i et samfunn med så kalte ekspertsystemer. Det vil si at de fleste lekfolk⁴ konsulterer «profesjonelle», som advokater, arkitekter, leger, byggmestere osv, både periodisk og uregelmessig (Giddens, 1997). Vi stoler altså på de systemene vi har rundt oss. Går man for eksempel inn i et hus stoler man på at konstruksjonen holder.

Flere har til stadighet ønske om å dra på turer som ligger innenfor nisjen ekspedisjonsturisme. Dette fordi man har lyst til å dra på tur, men man har ikke tid til å gjøre alt forarbeidet selv, så da stoler man på at ekspertsystemet holder når man velger å dra på tur med en kommersiell aktør. Hva dette gjør for meningsinnholdet i turene er vanskelig å si. Det er dette som har vært med å gjøre meg

2 Kommer tilbake til definisjonen rundt spennings- og eventyrreiser

3 Tidsklemma er en betegnelse på at man kjenner at tiden ikke strekker til i forhold til alt man har lyst til å gjøre!

4 Begrepet lekfolk brukes om personer som er ufaglærte innenfor et fagområde (snl.no/lekfolk)

nysgjerrig på deltakerne som er med på denne type turer. Jeg lurer på hva får de ut av og sitter igjen med etter en tur med en kommersiell aktør. Er man kun ute etter en opplevelse eller er det et større meningsinnhold i det?

2.2 Kommersielt friluftsliv

Det skjer stadig mer kommersialisering innenfor de fleste delene av vårt samfunn og dette ser man også innenfor friluftslivet. Det er stadig flere aktører innenfor det kommersielle friluftslivet som tilbyr kurs og turer i ulike lengde, omfang og innhold⁵. Blant det som blir tilbudt ser er det ut til at de litt lengre ekspedisjonsliknende turene er noe av det som blir mer populært. Mehemetoglu(2007) viser til at det de siste to tiårene har vært en økning på mellom 10-30% årlig innenfor det han kaller naturbasert turisme. Fredmann mfl. (2009) definerer naturbasert turisme som: *«det som omfatter mennesker aktiviteter når de besøker naturområder utenfor sine vanlige omgivelser»*. Dette er en meget vid definisjon og hva som nøyaktig faller innunder den kan være vanskelig å si, og vil ikke bli sett nærmere på her. Men at man ser en økning innenfor markedet som driver med aktiviteter og opplevelser i naturen er det ingen tvil om(Mehemetoglu, 2007).

En konsekvens av velferdsøkningen i samfunnet, nye livsstiler og en organisering av friluftslivet, er en økt kommersialisering av friluftslivet.(Hallandvik, 2010; Bischoff og Odden, 2000; Tordsson, 2003). Vi lever i en tid hvor naturen og opplevelser i naturen er blitt en salgsvare. Dette spenner seg fra rolig fotturer til mer actionpregede aktiviteter og herunder også ekspedisjonsturisme. Tordsson (2003) peker på at akkurat dette rører ved det han mener er en av vår tids endringer, nemlig en endring i selve meningsinnholdet i friluftslivet. Målet for å dra på kurs og turer i regi av lag og foreninger var før for å tilegne seg kunnskap og utdanne den enkelte deltakeren slik at man ble selvstendig i de ulike grenene av friluftsliv(Hallandvik, 2010). Men nå som Bischoff og Odden (2009) er det stadig oftere spenning, utfordring og mestring som står i sentrum når man velger å bli med på en tur eller aktivitet. Tordsson (2003) peker på at det er her han mener endringen ligger. Mens det før var det fokus på læringsutbyttet, er det nå mer fokus på selve turen eller aktiviteten.

En etablert norm i friluftslivet, hvor det å tilegne seg kunnskap, ferdigheter og erfaring steg for steg blir satt på prøve. Når opplevelsene er blitt en salgsvare gjør det at man ser en mulighet til å kjøpe seg den kompetansen man mangler selv, av noen med mer erfaring(Hallandvik, 2010). Den tid og krefter det tar for å komme seg opp på et høyere kompetansenivå blir gjerne betrakte som arbeid, og

5 Av norske aktører finnes blant annet Gamme, Hvitserk, Jarle Traa, Ousland og Basecamp Spitsbergen

dermed overlatt til mer eller mindre *profesjonelle*(Tordsson, 2003). Giddens (1997) viser til at vi lever i et stadig mer komplekst og spesialisert samfunn som fører til behov for eksperter.

Ved at folk er villige til å betale for en opplevelse viser Tordsson(2003) til at det for den enkelte kan fremstå som en rasjonalisering, man får i løpet av kort tid mange og intense opplevelser, men legger mindre innsats i det selv. Dette kan gjøre at deltakeren blir mer en kunde og av denne grunn krever valuta for pengene. Som Tordsson (2003) peker på, kan dette føre til endring i meningsrelasjonene til både naturen, seg selv og relasjonene i gruppa. Ved å se på deltakerperspektivet og hva de jeg har intervjuet sitter igjen med etter en tur i kommersiell sammenheng, vil jeg se på om det er slik Tordsson hevder. Mister man rommet for læring eller er det fortsatt rom for at det kan skje en dannelsesprosess på kommersielle turer? Hallandvik (2010) så på dette i forbindelse med sin master i friluftsliv, da i forbindelse med fjellføring og turer som varte en dag. Jeg vil se på meningsinnholdet når det kommer til turer som varer i minimum en uke med en kommersiell aktør.

2.3 Eventyr- og ekspedisjonsturisme

Ekspedisjonsturisme havner fort under den delen av turisme som blir omtalt som spennings- og eventyrsturisme/reiser. De har sitt utgangspunkt i tradisjonelle utendørs- og villmarksaktiviteter(Mehemetoglu, 2007) Ekspedisjonsturisme er en nisje innenfor denne delen av turismen. Det som kjennetegner ekspedisjonsturisme i følge Swarbrooke mfl. (2003) er ekspedisjonsliknende turer og reiser som foregår til og i sårbare områder uten infrastruktur og stiller derfor spesielle krav til sikkerhet og miljøansvar. Det stiller stor krav til en relativ fleksibel reiseplan og er i tillegg veldig sesongavhengig. Når det gjelder hva klientene ønsker er det at produktene er relativt eksklusive, at det er aktiv deltakelse i planleggingen og gjennomføringen av turen/reisen(Swarbrooke mfl., 2003). De er gjerne betalingsvillige og de stiller store krav til guidens kvalitet og kunnskap. Det er ofte en opplæringsfase (fysisk & mentalt) som klientene må gjennom for å gjennomføre ekspedisjonen.

2.3.1 Eventyrsturisme vs. Adventure tourism?

I Norge har det vært gjort lite forskning på den kommersielle delen av friluftslivet. En årsak kan være at dette ikke har vært regnet som «ekte» friluftsliv, men som turisme, av dem som har forsket på feltet(Hallandvik, 2010). Som tidligere nevnt er naturbasert turisme, og her under spenning-,

eventyr- og ekspedisjonsturisme, et av feltene innenfor turistnæringen som øker mest (Mehemetoglu, 2007). Målet med spennings- og eventyrreisen er i følge Mehemetoglu (2007), via Sung (2004): «en reise til et sted med et bestemt mål om å delta i en aktivitet som involverer en kontrollert risiko eller fare tilknyttet personlige utfordringer i et naturlig eller i et eksotisk miljø. Man søker altså mot å få utfordre seg selv i et miljø man ikke ferdes i, i det daglige.

Når det gjelder engelskspråklige litteraturen blir ekspedisjonsturisme beskrevet innenfor begrepet *adventure tourism*. Adventure tourism er ifølge Hallandvik (2010), via Muller og Cleaver (2000) karakterisert ved sin evne til å gi turistene et relativt høyt nivå av sensorisk stimulering, vanligvis oppnådd gjennom å inkludere fysiske utfordrende ferdighetskomponenter. Som Swarbrooke mfl. (2003) peker på, ligger det en villighet til risiko innenfor adventure tourism slik den ofte blir sett idag. Hallandvik (2010) ser på at man ikke i samme grad trekker inn villigheten til risiko i den norske beskrivelsen av eventyrsturisme. Han viser til at vi kanskje må retolke adventurebegrepet for at det skal gi mening i en turist sammenheng. Ved å vise til Gurholt (2010) kommer Hallandvik (2010) inn på det som blir sett på som ytterpunktene i den pedagogiske debatten omkring friluftsliv som speiler adventure- og eventyrbegrepets etymologiske hovedtradisjoner:

«På ene siden forstått som kalkulert risiko med reelle muligheter for å sette livet på spill, og på den annen siden (selv)dannelsesferd der en gjør som Askeladden i folkeeventyrene; følger sin nysgjerrighet, legger ut på livets landevei og takler de utfordringer som dukker opp på ferden som best en kan». (Gurholt, 2010, s. 183)

Det er altså meningsdimensjonen i hvordan man forholder seg til risiko og farer når man bevisst oppsøker og dyrker opplevelser i naturen som har vært stridens kjerne (ibid). I følge Gurholt (2010) er et av siktemålene med begrepet eventyrlig pedagogikk å: «spore de kulturhistoriske linjene og betydninger i hvordan begrepet eventyr eller adventure er knyttet til friluftsliv og dannelsesfilosofi». Hallandvik (2010) ser i sin masteroppgave på reisen og det å komme hjem som et bilde på selve dannelsen. Han peker på at man drar ut på en ferd, et eventyr, hvor uforutsette ting kan og vil skje. Utfallet av en slik tur er ukjent, men ved hjemkomsten vil man være endret. Dannelsen skjer som en følge av ferden (Gurholt, 2010). Jeg vil i min oppgave se på hva mine informanter sier i forhold til deres opplevde risikobildet. Er det dette faremomentet de søker eller er det mer i en retning av personlig utfordring og læring? Er de ute etter faren eller eventyret som en dannelsesferd?

2.4 Selvrealisering

Man kan i dag ofte lese avisartikler som «Punger ut for knallhard ferie», «ekspedisjonsiveren sprenger alle grenser» og «Kari skal gå Grønland på tvers». Det er ingen nyhet at det blir stadig mer populært å prøve seg på ekspedisjonsliknende turer. Både de som driver med friluftsliv på heltid, men også de som gjennomfører turer i kommersiell sammenheng får stadig mer plass i media. Det kommer nye aktiviteter og meningsinnholdet i friluftslivet blir satt på prøve(Bicshoff og odden, 2000) Alt dette er med på å skape grunnlag for at det skjer en kommersialisering av friluftslivet og det er med på å muliggjøre ekspedisjonsturisme. Det er viktig å understreke at dette ikke er en særnorsk tendens(Mehemetoglu, 2007). Det skjer i store deler av den vestlige verden. De norske kommersielle aktørene som tilbyr turer, har turer både innenfor og utenfor Norges landegrenser. Av dem jeg har intervjuet i forbindelse med denne oppgaven er det ingen som gått på tur innenfor Norges grenser på fastlandet.

I vår tid og i vårt samfunn så har de fleste av oss dekket de grunnleggende behovene vi har om man ser på Maslows behovspyramide. Så hva er det da som gjør at vi legger ut på lange og harde turer når vi har fri, som koster både økonomisk, fysisk og mentalt?



Figuren er hentet fra: <http://psymagasinet.no/psykologi/maslows-behovspyramide/>

Denne modellen handler om behov og hva som motiverer oss. Den ble presentert av Abraham Maslow i 1950-årene. Her er menneskers motiver for å gjøre noe ordnet i nivåer. Nederst i pyramiden er de fundamentale og sterkest behovene. Som Maslow antok, måtte et nivå være tilfredsstilt før behovene på de neste trinn blir viktige(snl.no/Abraham_Maslow). Man har altså ikke motivasjon for å gå opp til neste nivå om det forrige ikke er tilfredsstilt(Brattenborg og

Engebretsen,2007). Når mange i vårt samfunn stadig beveger seg oppover i pyramiden gjør dette at det finnes et grunnlag for at mennesker søker mer mot aktiviteter som gir spenning og mestring. Dette for å dekke de behovene som ligger høyt oppe i pyramiden. Når de grunnleggende behovene er dekket ser man etter noe nytt å strekke seg mot.

Selvrealisering er det øverste nivået i Maslows behovspyramide. I selvrealisering legger Maslow blant annet det å lage seg mål og planer, og det å arbeide mot disse.(Brattenborg og Engebretsen,2007). Man tester hva man kan få til og hva man kan bli. Man har viljen til å jobbe med prosjekter over både kortere og lengre tid. Det er viktig å understreke at dette må sees utfra hva man har av forutsetninger. Hvor man søker selvrealisering er individuelt fra person til person. Noen finner det i jobben, andre i musikk, noen i sport og andre i friluftsliv. Som det kan se ut i vårt samfunn er behovet for selvrealisering veldig stort. Dette fordi så mange av nivåene i Maslow pyramide er oppfylt.

2.5.1 Indre og ytre motivasjon

Hva som gjør at man dra på tur er forskjellig fra person til person. Man skiller gjerne mellom så kalt indre og ytre motivasjon(Brattenborg og Engebretsen,2007). Ytre motivasjon har vi når det er faktorer utenfor oss selv som gjør at vi klarer å holde motivasjonen oppe(Brattenborg og Engebretsen,2007). Dette kan være at noen har fått det til før oss, oppmuntring fra andre eller at man har avtalt at man skal gjøre det. Hvis for eksempel en venn spør om dere skal gå til toppen av Mont Blanc og du sier ja, kan en del av motivasjonen ligge i det at man har avtalt å gjøre det. Dette blir sett på som en ytre motivasjon.

Ved indre motivasjon er det gleden av å gjennomføre selve aktiviteten som er drivkraften(Brattenborg og Engebretsen,2007). Dette kan være det indre ønsket om å gjennomføre en viss tur eller ønsket om å mestre en aktivitet som gjør at vi prøver å få det til. Motivasjonen kommer fra oss selv og det er noe man ønsker å få til. Man kan for eksempel ha lyst til å krysse Grønland og fordi man har et stort ønske om det klarer man å motivere seg til å trene nok og å spare opp de midlene man trenger for å gjennomføre turen. Dette blir sett på som indre motivasjon.

Både indre og ytre motivasjon gjør at mange etterhvert velger å dra på kommersielle ekspedisjonsliknende turer. En viktig faktor for at nisjeproduktet ekspedisjonsturisme stadig vokser er at det får mer plass i media og man hører om stadig flere som gjennomfør denne type turer. En ser at noen har klart det før en, og så lurer man på om man klarer det selv(Brattenborg og

Engebretsen,2007). Har man det i seg? Dette kan være med på å skape en motivasjon og har man penger til å kjøpe seg en tur, kan man være ute å *teste seg selv* i løpet av relativt kort tid. Dette kommer selvfølgelig an på hvor mye turen krever av deg og hva den kommersielle aktøren setter som krav for å kunne være med.

3 Metode

For å kunne samle inndata på en hensiktsmessig måte trenger vi en metode. Det er altså hvordan vi går frem for å samle inn empiri, eller data om virkeligheten. Begrepet metode er definert av mange. Sosiologen Vilhelm Aubert blir ofte sitert i sammenhenger om hva metode er, og han formulerer det slik; *«en metode er en fremgangsmåte, et middel til å løse problemer og komme frem til ny kunnskap. Et hvilket som helst middel som tjener dette formålet, hører med i arsenalet av metoder»* (Dalland, 2012). Halvorsen (2008) definerer metode litt enklere: *«som den håndverksmessige siden av vitenskapelig virksomhet, eller mer presist læren om de verktøy en kan benytte seg av for å samle inn data»*. Når det kommer til bruk av ulike metoder står prinsippet om etterprøvbarehet sentralt. I vid forstand er metode således noe mer enn undersøkelsesteknikker. Det er læren om å samle inn, organisere, bearbeide, analysere og tolke sosiale fakta på en så systematisk måte at andre kan kikke oss i kortene (Halvorsen, 2008)

3.1 Vitenskapelig tilnærming

For å kunne velge den metoden som egner seg best for min oppgave er det viktig å se på hvor i kunnskapstradisjonen denne oppgaven havner. Som Dalland (2012) peker på er det forenklet sagt i hovedsak to kunnskapstradisjoner eller vitenskapsyn. Det ene har sitt opphav i naturvitenskapens tradisjon med studier av den fysiske naturen, mens det andre har sitt opphav i humanvitenskapene med studiet av mennesket og menneskeskapet fenomener (Dalland, 2012). Disse blir gjerne kalt for positivisme og hermeneutikk. Man trenger begge retningene for å klare å studere hele menneske.

Hermeneutikk betyr fortolkningslære (Dalland, 2012). Så mens naturvitenskapene bidrar med å forklare, hjelper humanvitenskapen oss med å forstå. Naturvitenskapen kan fortelle oss hvor vi befinner oss, men kan ikke i kraft av å være naturvitenskap fortelle oss hvor vi bør være, og hvor vi bør gå, eller hvor det er vakkert og hvor det er stygt eller hva som er rett og rimelig og hva som er galt og urimelig (Dalland, 2012). Hvis man ser på et eksempel i forhold til sykdom kan man utifra naturvitenskapelige metoder finne ut om en pasient har kreft. Men den sier ikke noe om hvordan personen opplever å motta dette budskapet (Dalland, 2012). Dette gjør at vi trenger flere vitenskapelig tilnærming hvis vi skal klare å studere hele mennesket. Man har innenfor hermeneutikken mer fokus på ord, mot i positivismen som har fokus på tall. Hermeneutikken blir ofte knyttet mot kvalitative undersøkelser, og positivisme mot kvantitative undersøkelser.

Når man fortolker prøver man å finne frem til meninger i noe, eller man prøver å forklare noe som i utgangspunktet er uklart(Dalland, 2012). Jeg søker å finne ut hva ulike personer får ut av sine turer, når de er på tur med en kommersiell aktør. Gjør disse opplevelsene med eller for personen? Ved at jeg søker å fortolke og forstå opplevelsene vil min oppgave befinne seg innenfor den hermeneutiske vitenskapelig tilnærmingen.

3.1.1 Hermeneutikk og fenomenologi

Hermeneutikk og fenomenologi er betegnelser som brukes hver for seg, men også sammen(Dalland, 2012). Hermeneutikk betyr som sagt fortolkning. Man ønsker å finne meningen eller betydningen i noe. Dette «noe» vi ser på er fenomenene. Et fenomen er fremtoning eller det som kommer til syne. Det er med andre ord det som oppfattes av sansene(Dalland, 2012). Fenomenologi er læren om fenomenene. Hermeneutikken handler om å fortolke meningsfulle fenomener og å beskrive vilkårene for at forståelse av meningen skal være mulig(Dalland,2012). Man må altså inn i en fortolkningsprosess. Denne fortolkningsprosessen blir ofte kalt den hermeneutiske sirkelen eller spiral(Dalland, 2012). Det handler om at vi stadig utvikler vår forståelse av et fenomen.

Man lærer ulike deler som til sammen gir en helhet, og dette skjer igjen og igjen. Det bli en veksling mellom og se på både deler og helheten. Dalland(2012) trekker frem et sitat fra Thomassen (2007) som beskriver dette godt:

«fortolkningsprosessen øker slik min forståelse i en stadig bevegelse frem og tilbake fra helhet til del og fra del til helhet, i en vekselvirkning hvor helhet og del gjensidig betinger hverandre. Fortolkning sikter mot en enhetlig forståelse som viser sammenhengen mellom delene og den helheten de utgjør».

Ser man på dette inn mot min oppgave, vil de erfaringene, den kunnskapen og tankene jeg har rundt temaet fra begynnelsen være med på å prege prosessen. Når jeg i denne prosessen stadig lærer noe nytt og kanskje får et nytt perspektiv på ulike deler kan det føre til at jeg får en endret forståelse. Et eksempel på dette kan være at jeg etter et intervju har en annen bakgrunn for å gå inn i det neste intervjuet enn jeg hadde i det første. Dette vil jeg komme mer tilbake til i avsnittet rundt validitet og rehabilitet.

3.2 Valg av metode

Med bakgrunn i problemstillingen man har for oppgaven må man velge en metode som er mest hensiktsmessig. Det er problemstillingen som er utgangspunktet for forskningsprosessen (Halvorsen, 2008). Spørsmålet som blir stilt med et bestemt formål skal være såpass presist at det lar seg belyse gjennom bruk av metode (Dalland, 2012). Dette gjør at det er viktig å velge en metode som kan være med på å gi et best mulig utgangspunkt for å finne eventuelle svar på problemstillingen.

Ved å ha valgt ekspedisjonsturisme som hovedtema gjør det at mine metodevalg har bakgrunn i empirisk undersøkelse. Empiriske undersøkelser handler om å sette søke lys på aktuelle problemstillinger (Dalland, 2012). Ved at det stadig blir flere kommersielle aktører innenfor ekspedisjonsturisme, kan dette være en indikasjon på at det er stadig flere som etterspør denne typen turer. Innenfor dette temaet ønsker jeg å finne ut av hva deltakerne får ut av en sånn tur. Jeg vil se på om turen har noen mening eller betydning for dem. Dette viser at problemstilling min befinner seg innenfor hermeneutikken og som tidligere nevnt er det mest brukte her kvalitativ metode.

Fordi ulike spørsmål trenger ulike svar, er det vanlig å skille mellom to hovedtypemetoder (Dalland, 2012). Det er kvalitativ eller kvantitativ metode. Hva de ulike metodene innebærer vil jeg komme mer tilbake til. Men som Albert Einstein har formulert det; *Ikke alt som teller kan telles og ikke alt som kan telles teller* (Halvorsen 2008; 28). Dette gjør at det er viktig med ulike metoder.

3.2.1 Kvalitativ eller kvantitativ metode?

Det er som sagt vanlig å dele inn i kvalitativ eller kvantitativ metode. Nedenfor er en tabell som viser de største forskjellene mellom kvalitativ og kvantitativ tilnærming. Dette er et utdrag fra det Dalland (2012) presenterer som kjennetegn på kvalitativ og kvantitativ metoder.

Kvalitativ orientert	Kvantitativ orientert
Fremstillingen tar sikte på å formidle forståelse	Fremstillingen tar sikte på å formidle forklaring
Få frem det som er spesielt	Få frem det som er felles, representativt
Går i dybden	Går i bredden
Ser på helhet og sammenheng	Ser på adskilte deler
Nærhet til dem som studeres	Avstand til det som studeres

Utdrag fra Dalland (2012) s.113

Mens de kvalitative metodene tar sikte på å fange opp mening og opplevelse som ikke lar seg tallfeste eller måle, gir de kvantitative metodene data i form av målbare enheter(Dalland, 2012).

Med tanke på at det er meningen og opplevelsene jeg ønsker å få frem i forhold til min problemstilling, ser jeg det som hensiktsmessig å bruke en kvalitativ metode. Dette fordi kan være vanskelig å få frem skildringer og opplevelser gjennom tall. Det er som kjent fordeler og ulemper med begge metodene. Men ved tanke på at det er betydningen turen har hatt og hva som er meningen bak å dra på den type tur er det viktig å gå i dybden på temaet. Hadde jeg gjort en undersøkelse rundt hvor mange som er på denne typen turer og hvor de dra, ville det vært mer hensiktsmessig med en kvantitativ metode.

Ved å se på tabellen over kan man trekke frem at det er i dybden jeg ønsker å gå. Ved at jeg velger å intervju noen deltakere vil dette gjøre at jeg får en nærhet til det som studeres. Jeg ser på det spesielle og tar sikte på å ha en fremstilling som skaper forståelse. Dette gjør at jeg har valgt å bruke en kvalitativ metode.

3.3 Meg som forsker

Før denne oppgaven har jeg kun skrevet kortere oppgaver som ikke har vært mer enn ti sider. Mye av det som har møtt meg på min vei i dette arbeidet har vært helt nytt. Det er første gang jeg omtaler meg som forsker og en stund ut i arbeidet føles det fortsatt ikke helt naturlig. Jeg har brukt mye tid på å lære meg om vitenskapelig metoder, lest teori på feltet jeg undersøker og fått god hjelp fra veileder for å kunne gjøre et best mulig arbeid.

Min bakgrunn for at jeg har valgt å se på ekspedisjonsturisme som tema er at det er et felt som jeg er veldig nysgjerrig og fascinert av. Av bakgrunn fra dette feltet har jeg selv vært med på en tilsvarende tur som en av informantene mine har gjennomført. Jeg har også hatt to år på linjen friluftsliv/ekspedisjon ved Nordfjord folkehøgskole, et år som elev og et som stipendiat. Her var vi blant annet på noen lengre turer, dvs over en uke, både på fastlandet i Norge og på Svalbard. Ved at jeg også velger å studere friluftsliv på høgsolenivå viser det at jeg er meget glad i friluftsliv og i å være ute. Ved å se på hva man har gjort før, erkjenner man også at man vil gå inn med en forforståelse når man undersøker nye felt. Videre gjennom arbeidet med oppgaven jobber man som Dalland(2012) via Thomassen (2007) påpeker, i et veksel mellom helhet og deler. Det jeg viser til her er den hermeneutiske spiralen, og at jeg i arbeidet med oppgaven stadig vil utvikle min

forståelse av fenomenet. Jeg går i inn i arbeidet med en bakgrunn, men utvider i arbeidet med oppgaven min forståelse av fenomenet som jeg ser på.

Valget om å se på fenomenet deltakerperspektiv på ekspedisjonsturisme i forbindelse med denne oppgaven er også kommet av den jobben jeg har hatt de siste sommerne. Da har jeg jobbet som brefører og liker å få lov til å gi personer opplevelser i naturen. Dette er først og fremst dagsturer eller av og til turer på noen dager. Etter slike turer lurer jeg ofte på hva deltakerne sitter igjen med og hva turen gir til dem. Grunnen til at jeg har valgt å se på ekspedisjonsturisme fremfor en dags føringsturer er de stadige avisoppslagene man ser om den type turer som folk velger å bruke tid energi og penger på.

3.4 Forskningsprosessen og intervju.

I min forskningsprosess har jeg valgt å bruke det kvalitative forskningsintervjuet. Et intervju er en samtale med en viss struktur og hensikt (Kvale og Brinkmann, 2009) Forskningsintervjuet bygger på dagliglivets samtaler, men er samtidig en profesjonell samtale. Det er et intervju der det konstrueres kunnskap i samspill eller interaksjon mellom intervjueren og den intervjuede (Kvale, 2009). I det kvalitative forsknings intervjuet søker man i følge Kvale og Brinkmann (2009) å forstå verden sett fra intervjupersonenes side.

Etter å ha funnet frem til problemstilling min gikk jeg i gang med å danne meg et teoretisk bakteppe, både for å se hva som har vært gjort av forskning før, men også for å kunne utvikle en intervjuguide. Jeg startet med en tematisering av hovedemner, for så å se på hvilke hoved- og hjelpespørsmål jeg ville ha i intervjuet, for deretter å planlegge selve intervjuet (Kvale og Brinkmann, 2009). Muligheten for å justere intervjuguiden var der om det kom opp noe i et intervju som kunne være relevant å snakke om på de neste. Intervjuguiden jeg brukte fungerte godt og det ble ikke gjort noen endringer i den underveis.

Ved at jeg tidligere ikke har erfaring fra å intervju var intervjuguiden et godt hjelpemiddel å ha. Det gjorde at jeg fikk tenkt igjennom tema og spørsmål på forhånd. Dette var med på å hjelpe meg til å få formulert meg slik jeg ønsket, og at jeg i den grad det er mulig, klarte å unngå ledende spørsmål. Ved å ha gått gjennom hjelpespørsmålene før hvert intervju, var jeg forberedte på at enkelte informanter svarte utfyllende og andre mindre utfyllende (Dalland, 2012). Bruken av intervjuguiden var også med på å sikre at jeg fikk den informasjonen jeg som var hensiktsmessig for min forskning.

Alle intervjuene ble gjennomført ansikt til ansikt og det ble brukt båndopptaker under intervjuene.

Dette var en god hjelp ikke bare til bearbeidelsen av intervjuene, men også for å kunne være mest mulig tilstedet under selve intervjuet. Da kunne jeg ha fokus på ordbruk, tonefall, pauser og kroppsspråk (Kvale og Brinkmann, 2009). Båndopptaker sammen med små notater gjort under intervjuet gjorde at transkribering gikk lettere og at så mye som mulig av informasjonen som ble gitt ble i varetatt. Etter å ha transkribert lagde jeg et skjema hvor jeg delte det innsamlede materialet opp etter hovedoverskriftene i intervjuguiden. Dette for å systematisere informasjonen og for å kunne sammenlikne hva de ulike informantene hadde sagt om de ulike temaene. Skjemaene klargjorde teksten for analyse og helheten ble delt inn i mindre deler på grunn av skjemainndelingen (Dalland, 2012). Jeg måtte altså se på delene for å kunne se om det fantes en helhet.

3.4.1 Utvalg

Utvalg av informantene ble gjort ut fra disse kriteriene; de skulle ha vært på tur med en kommersiell aktør og turen de hadde gjennomført måtte vare i minimum en uke. Valget om å ha tre informanter ble gjort i samråd med veilederen min og at dette sannsynligvis ville gi nok informasjon. Som Dalland (2012) påpeker, kan heller antallet økes om informasjonen skulle bli for spinkel. Det viste seg at jeg fikk mer enn nok informasjon.

Ved hjelp fra veileder og venner fant jeg frem til tre informanter som jeg tok kontakt med. Alle ble kontaktet via telefon, hvor jeg presenterte prosjektet mitt og lurte på om de var villige til å delta. Jeg var heldig og de tre første jeg snakket med var alle villige til å delta. Datoer for intervjuene ble avklart og det ble brukt samme intervjuguide i gjennomføringen av samtlige intervjuer. Ingen trakk seg fra intervjuene verken før eller underveis. Av informantene var det en mann og to kvinner og aldersfordelingen var fra 22 til 62 år.

3.5 Validitet og reliabilitet

Ordet validitet står for relevans og gyldighet. Det som måles må ha relevans og være gyldig for det problemet som undersøkes (Dalland, 2012). Utfordringen ligger i å samle inn data som er relevant for den problemstillingen man arbeider med (Halvorsen, 2008). Snakker jeg kun med mine informanter om hva de hadde på seg på sine turer gir det lite relevant data i forhold til den problemstillingen jeg faktisk har. Å validere er å kontrollere. Validiteten sjekkes ved å undersøke feilkildene. Som Kvale og Brinkmann (2009) påpeker er ikke valideringen knyttet til en spesiell

undersøkelsefase, men skal gjennomsyre hele forskningsprosessen. Fra tematiseringen til og med rapporteringen (Kvale og Brinkmann, 2009).

Reliabilitet betyr pålitelighet, og handler om at målinger må utføres korrekt og at eventuelle feilmarginer må angis (Dalland, 2012). Dette gjør at det er viktig at mine målinger er utført så konsekvent og korrekt som mulig. Ved å ha en intervjuguide er det med på å styrke reliabiliteten. Dette fordi spørsmålene er laget med bakgrunn fra mitt teorigrunnlaget. Jeg har brukt samme intervjuguide i alle intervjuene, noe som er med på at jeg kommer inn på alle temaene jeg ønsker å diskutere med samtlige informanter.

Høy reliabilitet betyr at uavhengige målinger skal gi tilnærmet identiske resultater, det vil si at målene har små feil (Halvorsen, 2008). Målet for meg som forsker er at min prosess skal være mest mulig gjennomsiktig for at andre kan ha mulighet til å etterprøve min data. Dette er en utfordring når det kommer til den kvalitative metoden og ved utføring av intervju. Selv om en annen utfører intervjuet med min intervjuguide kan det komme frem andre ting enn da jeg gjennomførte det. Dette er fordi to ulike personer vil intervju på litt ulike måter (Dalland, 2012). Den intervjuede kan også ha reflektert mer rundt sine svar om man skal gjennomføre undersøkelsen igjen og det kan ha skjedd ting som gjør at turen havner i et annet lys.

Et ideal ved empirisk forskning er at andre forskere skal kunne oppnå like resultater ved lik framgangsmåte (Dalland, 2012). Ved å klargjøre for min før-forståelse, intervjuene og å presentere intervjuguiden, håper jeg å kunne gjøre forskningen så gjennomsiktig som mulig. Ved å være nøye med behandling av data, innsamling og analyse kan det gjøre at man kan oppnå god validitet og reliabilitet. Dalland (2012) peker på, at hermeneutikk handler om at man vil forstå og ikke bare forklare. Dette gjør at det er rom for tolkning, noe som kan føre til usikkerhet. For å skape rom for intersubjektivitet i denne oppgaven har jeg valgt å ha nokså lange sitater fra intervjuene. Dette for å invitere leseren inn slik at de kan se om de er enige med hvordan jeg har tolket det, eller om de ser det på et annet vis.

En av informantene til denne oppgaven er i familie med meg. Jeg diskuterte i samråd med min veileder om det var ok å benytte seg av denne personen. Vi kom frem til at dette var i orden, så lenge jeg var obs på at jeg gjennomførte intervjuet som forsker og ikke som en familiesamtale. I tillegg var vi enige om at hvis intervjuet ikke fungerte skulle jeg heller finne en annen. Men

intervjuet gikk bra. I gjennomføringen av intervjuet hadde jeg fokus på at jeg var der som forsker, slik jeg også hadde i de andre intervjuene. Jeg holdt meg her også selvfølgelig til intervjuguiden for å få samlet inn data på lik linje med de andre intervjuene.

Mitt prosjekt er ikke søkt inn til norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste(NSD). Dette fordi jeg i min prosess ikke har hatt behov for å samle inn eller lagre noe personopplysninger om mine informanter. Alle har vært anonymisert i hele arbeidsprosessen. NSD skriver på sine sider at:

Prosjektet ditt er meldepliktig dersom du skal behandle personopplysninger ved hjelp av:

- *datamaskinbasert utstyr (f.eks. i form av dokumenter/lyd/bildefiler på pc, minnepenn, smarttelefon) og/eller*

- *manuell systematisering av sensitive opplysninger, ordnet etter navn/fødselsnummer*

(hente fra: <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeskjema>)

Videre peker de på at dersom man utelukkende skal registrere anonyme opplysninger er prosjekter ikke meldepliktig(ibid.) Det har i forbindelse med denne oppgaven ikke vært behov for å skulle lagre noen personopplysninger. Hele veien både ved transkribering og jobbing med prosjektet har jeg alltid anonymisert mine informanter. Med bakgrunn i det NSD presenter på sine sider, at jeg hele veien har anonymisert mine informanter og ikke hatt behov for å lagre personopplysninger, mener jeg at dette legitimerer til å ikke søke inn prosjektet.

4 Diskusjon og analyse

I mitt studie har jeg sett på hva som gjør at noen personer velger å dra på en lengre tur med en kommersiell aktør, og hva de får ut av disse turene. Det er altså personer innenfor nisjen ekspedisjonsturisme. Jeg har valgt å bruke et kvalitativt intervju med en semistrukturert form, og samlet inn min data som jeg vil presentere i denne delen av oppgaven. Målet er å høre hva noen personer sitter igjen med etter de har vært på tur med en kommersiell aktør. Altså hva er det de fikk ut av det.

Tordsson (2003) snakker om endring i meningsdimensjonen idet norsk friluftsliv, og Hallandvik(2010) påpeker i sin master at før var målet med å dra på kurs og turer i regi av lag og foreninger å tilegne seg kunnskap og utdanne den enkelt deltakeren slik at man ble selvstendige i de ulike grenene av friluftsliv. Så hva er målet for mine informanter når de dra på tur med en kommersiell aktør? Blir det som Tordsson (2003) problematiserer rundt at man kun er en kunde på tur som krever valuta for pengene? At man får en intense opplevelse, men at man legger mindre innsats i det selv? Gjør dette at det skjer en endring i meningsrelasjonen når det kommer til naturen, seg selv og gruppen eller er det som Hallandvik (2010) så på i sin master mulighet for læring, utvikling og dannelse på lengre kommersielle turer? Med utgangspunkt i teorigrunnlaget overfor vil jeg herunder presentere min data.

4.1 Presentasjon av deltakerne

Ida er 23 år fra vestlandet og er for tiden student. Hun har tidligere vært elev på folkehøgskole og har også en bachelor i friluftsliv. Dette tyder på at hun er overmiddels glad i å være på tur. Og hun har etterhvert opparbeidet seg mye kunnskap om å ferdes på ulike turer. Turen jeg snakket med Ida om var hennes tur til Kilimanjaro nå i sommer via Afrika Safari. På turen gikk hun sammen med noen venner og noen venners-venner.

Jan er 62 år, er gift og fra det sentrale østlandet. Han jobber innenfor shipping og har et par år med høyere utdanning. Han er oppvokst med å gå på ski både i marka og på fjellet, i tillegg til å ha vært i militære. Jan har tre barn som alle er flyttet ut og er en aktiv mann hva gjelder trening og friluftsliv. Turen jeg snakket med Jan om var hans tur til Sydpolen i 2008 med Hvitserk. Han gikk sammen med en kamerat han kjente fra tidligere og to andre karer som han ble godt kjent med under opptreningen til turen.

Lina er 22 år fra det sentrale østlandet og er for tiden student. Hun studerer for å ta en bachelor i sosialt arbeid. Hun har tidligere vært elev og stipendiat på folkehøgskole. Herfra har hun fått med seg mye om det å være på tur, og har hele livet vært glad i å bedrive friluftsliv. Turen jeg har snakket med Lina om er hennes tur over Grønland via Gamme i 2011. I gruppen hun gikk med kjente hun kun sin far fra før og var den yngste av de totalt 11 deltakeren som var med på denne kryssingen.

4.2 «Alle» gjør det! - hvorfor drar man på tur?

Informantene og deres turer ble valgt ut fra det kriterie at turen skulle være på minimum en uke. Det har vært turer til veldig forskjellige deler av verden og alle langt utenfor fastlandet Norges landegrenser. Det er turer som koster både tid, energi og penger. Og dette har vært med på å gjøre meg veldig nysgjerrig på hva som gjør at de dra og hva de sitter igjen med i ettertid.

Som jeg har pekt på i teoridelen er det mange faktorer i samfunnet som gjør det mulig at vi har ekspedisjonsturisme. Som blant annet Bicshoff og Odden (2000) understreker har det skjedd en endring i aktivitetsmønsteret til folk i Norge. Det er «in» å være aktiv og det at vi lever i et stadig mer stillesittende samfunn gjør at mange ønsker å ha en aktiv ferie. Som Bråtenbekk (2010) skriver i en artikkel for D2: «*nå snart kø til den ytterste utpost*». En faktor som gjør at denne formen for turisme blir mer populær, er at det er økonomisk mulig for stadig flere. To av mine informanter er studenter. Og som student selv vet jeg man ikke har den sterkeste økonomien, men fordi man har prioritet at man vil på tur er det mulig å få til. Ved at ekspedisjonsfirmaene finnes og at det er stadig mer av friluftslivet i media gjør det at noen kan bli påvirket til å dra på tur.

For hva gjør at man drar på lengre turer? Og at det stadig er flere som gjør det også. Jeg vil se litt på de ytre motivasjonene for hvorfor man velger å dra på tur. Ekspedisjoner var i lang tid kun for noen få utvalgt profesjonelle. Men nå føles det som «alle» gjør det. Som Ida forteller:

«Ee, jeg vet ikke, men de siste årene har jeg egentlig hørt og opplevd at «alle» har gått på Kilimanjaro. Det er jo ikke mange år tilbake at jeg følte at det ikke var så mange som snakket om Kilimanjaro. Men jeg føler det er vanlig å gjøre det nå. Det er litt sånn når du snakker med noen, når du sa til folk at du skal på Kilimanjaro, så var det alltid noen som sa å der har jeg vært! Eller jeg kjenner noe som har vært der!» (Ida)

De kommersielle turene er blitt en så kalt «snakkis»⁶ dette med å ha vært på en tur. Det er noe man snakker om både før turen og etter. Ved at noen har gjort det før en kan man selv også få lyst til å gjøre det. Som Brattenborg og Engebretsen (2007) påpeker handler ytre motivasjon om faktorer utenfor oss selv som gjør at vi vil gjøre noe. Man blir selv nysgjerrig på hva andre har gjort og om man kan gjøre det selv. Når jeg spør Lina om hvorfor hun valgte å gå over Grønland kan det virke som det var ganske tilfeldig, men noe som gjør det er fordi en har hørt mye om turen:

«mm, vi eller det var i jula 2009. Jeg var hos en venninne og så planla vi å gå på påsketur. Og da når du har kartet foran deg, så kikker du jo på de store turene som på en måte er blitt ganske vanlige. Man har lyst til å gjøre noe sånt selv. Og så kom jeg hjem og tenkte at det er så typisk at det bare blir med snakk, og tenkte nå bare gjør jeg det. Så plutselig kom bekreftelsen opp, tusen takk for din påmelding!» (Lina)

Når hun her snakker om de store turene opplever jeg at det er snakk om dem som i det siste er blitt mer vanlige å gjennomføre og som det til stadighet står skrevet om i media. Eksempler på disse er Grønland på tvers, til toppen av Kilimanjaro, traking i Himalaya, Svalbard på tvers osv⁷. Lina har lyst til å få gjennomført en slik tur og for å få det til dra hun rett hjem og melder seg på den, slik at det ikke bare blir med snakkingen. Som Mehemetoglu (2007) på peker er naturbasert turisme og her under ekspedisjonsturisme et av de segmentene som er mest i vekt. Ved at det er mulig å gå inn på nettet og bestille en reise kan dette være en av grunnene til at flere melder seg på. Terskelen for å melde seg på er blitt lavere ved at det bare er noen tastetrykk før man er påmeldt en tur og da er det med et veldig reelt. Har man økonomien til en slik tur så er den idag bare noen tastetrykk unna. Dette er jo selvfølgelig bare det første steget men når turen er bestilt og man begynner å snakke om det er sjansen for at man prøver å gjennomføre mye større. Når jeg snakker med Ida om hva som gjorde at hun dro på sin tur svarer hun:

«Vi ble jo litt fascinert for vi så en sånn dokumentar om Cecilie Skog(..). Og så fant vi ut at vi også hadde lyst til å gå på denne turen. Da vi så på programmet! hehe. Så da bestilte vi jo bare tur!»(Ida)

Dette er også med på å gi et bilde av at det er i de senere årene at det er blitt stadig høyere interesse for å drive med ekspedisjonsturisme. Dette kan man se både ved at antall kommersiell aktører som

6 Snakkis er at noe feks en rekalm blir snakket om i hele landet. Når det er snakk om ekspedisjonsturisme som snakkis er det at stadig flere snakker om dette

7 Om man søker i google på ekspedisjonsturisme er artikkelene som kommer opp ofte om de nevnte plassene.

tilbyr disse type turene øker og tilbudet fra de eksisterende blir større. Det er også en økning i media med tv-programmer som 71grader nord, Drømmeturen, Ut i Naturen, Oppdrag Sognfjorden, Oppdrag Nord-Norge og Jenter til Kilimanjaro. Dette gjør at vi får natur, tur og ekspedisjonsopplevelser rett inn i stua. Det er stadig flere ytre faktorer som gjør at man kan bli interessert i å drive med denne typen aktivitet (Brattenborg og Engebretsen, 2007). Hvor mye man blir påvirket av dette er avhengig av hvem man er som person og hvilke interesser man har, men at noen blir påvirket er det ikke tvil om. Idas utsagn viser at media har hatt en direkte innvirkning. Man ser at andre har gjort det, at det er en mulighet og får lyst til å gjøre det selv. Dette er som Brattenborg og Engebretsen (2007) påpeker eksempler på ytre motivasjon. Hos mine informanter opplever jeg at det både er indre og ytre motivasjon som ligger til grunn for valg av tur og gjennomføring. Det faktum at de har fått impulser utenifra har vært med på å bidra til at de har meldt seg på turen, men det er den indre motivasjonen slik jeg ser det som har gjort at de velger å bruke tid, energi og penger på å gjennomføre turene.

4.3 Men hensikten, målet?

At man i Norge idag får impulser utenifra som er med på å påvirke en til å dra på tur er et faktum. Men blant mine informanter står den indre motivasjon sterkt for å ville dra på tur og at de har viljen til å gjennomføre. Når Peter Wessel Zappfe⁸ skal beskrive meningen med tindesporten forklarer han det slik:

«Men hensikten, spør folket, meningen, målet? Det er ingen hensikt, intet mål. Tindesporten er meningsløs som selve livet, derfor kan dens trolldom aldri dø»

Her er det snakk om tindesporten blant selvstendig deltakere, men jeg tror det er mulig å dra en parallell til livet på tur og ekspedisjoner også i kommersiell sammenheng. Hva som er meningen med å være med som deltaker på en kommersiell tur kan av og til være vanskelig å skjønne. Hvorfor betale i dyre dommer for å få slite som et dyr når man har ferie eller avspasering. Er ikke det tiden til å slappe av? Jeg vil her se på hva som har vært de indre motivasjonene for å dra på tur for mine informanter.

Jan forteller at han i 2004 var på Grønland med en kommersiell aktør for å gå på en del topper og dette gjorde at han fikk mersmak. Da han ble spurt om han kunne tenke seg å gå til Sydpolen så

8 Peter Wessel Zappfe norsk filosof, forfatter og fjellklatrer()

syntes han dette hørtes interessant ut. Når ekspedisjonslederen første gang skal forklare hvordan det er å gå til Sydpolen gjengir Jan det på denne måten:

«Og det han sa da vi møttes første gang, var at det er en tur som er helt fantastisk. Den er ca 1000km, det er jævlig kald, det er motvind hele veien, det er oppoverbakke og dårlig føre, men ellers er der en veldig fin tur!»(Jan)

Man kan jo begynne å lure på hva som gjør at folk velger en såpass tøff utfordring som det som er beskrevet overfor. For Jan var det at det var en skikkelig utfordring mye av motivasjonen for å velge Sydpolen som turmål. Dette var en tur som trengte mye planlegging, trening og stå på vilje ikke bare fra den kommersielle aktøren, men også fra deltakerne. Dette er som Swarbrooke mfl. (2003) noen av grunnene for å velge denne type turer, man får hjelp til mange aspekter ved turen, men man får som deltaker også være med i forberedelser, planlegging og gjennomføring av turen. Det er et viktig poeng at selv om det finnes kommersielle aktører, så er det den enkelte deltakeren som må være i form, ha med alle personlige ting de trenger og være klare for turen både fysisk men også psykisk. For å få det til kan ikke denne motivasjon bare komme utenfra, det måtte være et ønske fra ens indre om å få det til selv (Brattenborg og Engebretsen, 2007). Prosessen for dem startet i god tid før de dro av gårde i 2008. Jan beskriver videre hva det var som trigget han til å velge å bruke tid, energi og penger på denne turen:

«vi draftet et par andre karer som ville være med og dette var halvannet år før vi skulle gå. Det var helt klart at dette her ikke kom til å bli noen «walk in the park». Det var mye trening, mye motivasjon, mye psykisk som skulle ligge på plass for å få dette til å funke. (...). Og da vi skulle starte på vår tur, var det kun en mann på min alder som hadde gått på samme måte som meg tidligere. Som altså var unsupported, unassisted. Det var vel kanskje noe av det som lå som en liten spire, at jeg begynte å bli såpass gammel at hvis jeg noen gang skulle få gjort det, så var det nå.»(Jan)

Meningen som ligger i forkant her, slik som jeg opplever det, er at Jan har lyst til å teste seg selv. Han har vært på ulike turer tidligere både i kommersiell og ikke-kommersiell sammenheng. Og har lyst til å se om han mestrer en tur som denne. For han gir det mening å ha et stort mål å strekke seg etter. Dette peker Brattenborg og Engebretsen (2007) på i forhold til Maslow behovspyramide, at man innenfor nivået selvrealisering setter seg mål og jobber for å nå disse målene. For Jan er det å ha et mål å jobbe mot med på å gi motivasjon til å trene og til å lære seg det som skal til for å kunne

gjennomfør en slik tur. Motivasjon kommer innenfra, dette er noe han vil, og han er villig til å bruke det som skal til av tid, energi og penger for å få det til.

Det går igjen blant alle mine informanter at de turene de har valgt er noe de har et sterkt ønske om å få til å gjennomføre. I tillegg til ytre faktorer er det også den indre gleden av å gjennomføre aktivitetene som ligger til grunn for å dra på tur (Brattenborg og Engebretsen, 2007). For Ida handler de mye om å ha en aktiv ferie. Hun liker å være i aktivitet og oppleve nye ting Hun har lot seg inspirere via media og sammen med en del av de hun så dokumentaren sammen, valgt de å bestille en tur. For dem var det et poeng at de ikke bare skulle bli med snakket. De har fokus på at hovedmålet er til Kilimanjaro, men når de først reiser så langt vil de få med seg Safari og Zanzibar også. Så totalt er de 3 uker på tur, hvor en av ukene er på Kilimanjaro. Det var denne delen av turen vi snakket mest om. De hadde valgt å ta turen på fjellet først, for det var dette det var knyttet mest forventninger og spenning til.

ja, vi begynte med fjellet. Ja, hvorfor det ble sånn? Ee, det vet jeg egentlig, eller det var vel bare det at vi følte med oss selv at det var godt å bare i hermetegn «være ferdig med det å komme på toppen». Og så kan en belønne seg selv litt med safari og kose seg. Ja at vi ikke begynte med kos på Zanzibar og så, da tror jeg at man ikke helt hadde klart å slappe av, for da er det litt sånn nerver. Sånn kommer du opp? Blir du dårlig, blir du høydesyk sant?! Så ved å gå på toppen først, da kan vi lissom puste lettet ut for da har vi jo vært på toppen, kom opp og så kan vi slappe av resten.(Ida)

Som Hallandvik 2010 og Tordsson (2003) påpeker var ofte grunnen til at man meldt seg på turer før at man ønsket å tilegne seg kunnskap slik at man ble mest mulig selvstendig innenfor de ulike grenene i friluftslivet. I snakk med mine informanter er ikke hovedmotivet deres for å dra på tur at man skal bli selvstendig i den aktiviteten man gjør, men det er et stort ønske om å mestre. Man vet ikke helt hva man går til og det er ikke alt som er kjent ved turen. Dette fører til at det er mange forventninger. Men det er også det som er med på å trigge Ida til å dra. For å se om man klarer det målet man har satt seg. Det er en indre motivasjon for å gjennomføre(Brattenborg og Engebretsen, 2007). Videre i samtale med Ida snakket vi om hva som var målet for turen og da var hun klar på to ting:

«Jeg er litt sånn toppjeger jeg da. Jeg elsker å gå på en topp,. Så det var et virkelig mål.(...). Men før vi dro på turen så sa jeg at jeg håpet at jeg fikk høydesyken, bare sånn på tull,

bare fordi jeg liker å kjenne litt på kroppen kjenne hva den tåler og hvordan den reagerer.»»(Ida)

Det er for Ida som for Jan, det handler om å få teste seg selv litt. Klarer man dette? Har man det i seg og hvordan vil kroppen reagere? For Ida og vennegjengen trengte de ikke å gjøre noe spesiell trening fysiske i forberedelsesfasen til turen. Som Ida beskriver det, er alle som var med veldig aktive fra før og på Kilimanjaro er det ikke på de mest vanlige rutene noen tekniske passasjer, det er i all hovedsak en vandre tur. Utfordringen ligger rundt hvordan man tåler høyden. Det er for Ida toppen som er målet, men også et ønske om at kroppen hennes skal mestre høyden. Alle min informanter har valgt turer de ikke har gått før og de har et ønske om å gjøre og oppleve noe nytt. Så selv om man ikke rett ut sier at det er læring man søker slik som Tordsson (2003) påpeker, at målet ved å melde seg på turer i regi av foreninger og lag var før, ligger det i hvertfall hos mine informanter et ønske om å mestre det man begir seg ut på. Som Lina snakker om var det noe hun hadde lyst til å prøve:

Jeg hadde gått Jostedalsbreen på langs. Det er jo en tre, fire, fem dagers tur, det er jo ingenting i forhold, så jeg hadde lyst til å prøve det. Jeg husker så godt intervjuet med ekspedisjonslederen, og så spurte han om jeg viste hva jeg gikk til. Og jeg bare, nei jeg har ikke sjans, jeg aner ikke, jeg har bare lyst til å prøve det.(Lina)

For Lina sin del handler det også om å få lov til å prøve å få til en slik tur. Så målet for henne er å klare turen. Når man ser på sitatene overfor opp mot det Tordsson(2003) har snakket om i forhold til kunnskap og læring kan man utfra min tre informanter se at det ikke er dette som er hovedmålet med turen. Men det betyr ikke at det ikke skjer læring, eller at man har et ønske om å lære før, under og etter turen. Alle hadde et stort ønske om å kunne gjennomføre turene sine. Noe som alle tre også klarte. I forhold til min informanter kan man se at motivasjonen for å gjennomføre turene dere ligger med hovedforankring i den indre motivasjonen. Man blir påvirket av det som skjer i mediene rundt oss, men det er den indre gleden for å få lov til å gjøre en slik tur som gjør at mine informanter har valgt disse turene. Man kan også se en dreining fra det Tordsson (2003) påpeker i forhold til hva som gjør at man drar på tur. Samtlige av mine informanter har valgt turen fordi de søker å få utfordre seg selv, det er en spenning knyttet til om man klarer turene og det er et ønske om å mestre. De har ikke valgt turene for å bevisst lære seg en ny kunnskap, men som Hallandvik (2010) påpeker betyr ikke det at det ikke er rom for at det kan skje læring. Dette vil jeg komme mer tilbake til.

4.4 Det kommersielle aspektet

En konsekvens av velferdsøkningen i samfunnet, nye livsstiler og organisering av friluftslivet, er en økt kommersialisering av friluftslivet (Hallandvik, 2010). Alle mine informanter har valgt å bruke en kommersiell aktør. Som nevnt tidligere er naturbasert turisme noe av det som øker mest innenfor turistnæringen både i Norge og internasjonalt (Mehemetoglu, 2007). Dette er med på å vise at det er en generell trend i samfunnet om at man ønsker å gjøre noe aktivt på sin ferie. De som velger produkter innenfor nisjen ekspedisjonsturisme er i ytterkanten når det gjelder at de ønsker en veldig aktiv ferie. Det er mange grunner for at man velger å bruke en kommersiell aktør når man skal på tur, og jeg vil her se på noen av grunnene for hvorfor mine informanter valgte å gjøre det.

Både når jeg snakket med Lina og Ida var begge innom hvor enkelt det er å bestille en tur. Da går det plutselig fra noe du har lyst til å gjøre, til noe du faktisk skal! Man må møte de kravene som den kommersielle aktøren stiller til deg, men det blir tur. Du har noen å gå med og som vet hva de driver med. Som Ida sa:

« Du har det så enkelt og fint. Du bare bestiller en tur, du trykker på en knapp og så har du det til rette lagt, det jo ja helt genialt!! » (Ida)

Når man går med en kommersiell aktør kan man konsentrere seg om å selv være klar for turen. Det er noen andre en deg selv som tar deg av det administrative. Som Giddens (1997) viser til er en av modernitetens konsekvenser at vi lever i et samfunn med ekspertsystemer. Man vil ut på tur og når det til stadighet er flere som dra på tur med kommersielle aktører gjør dette at man stoler på at ekspertsystemene fungerer. Man får litt hjelp på veien og man kommer seg på tur, noe som Lina peker på som viktig:

« det var derfor jeg valgt Grønland, for jeg orket ikke alt det papirarbeidet. Jeg hadde sett litt på det før med venner, hva skal til for å gå en sånn tur alene. Det var jo på en måte bare fabling, for jeg viste jo eller hadde ikke nok turerfaring, sånn for min egen del og sikkerhet da. Og bare nei, nå har jeg lyst til å gå på tur, lyst til å være ute og bare droppe alt det papirarbeidet. » (Lina)

Som Tordsson (2003) lever vi i en tid hvor natur og opplevelser er blitt salgsvare. Man kjøper seg den erfaringen man mangler (Hallandvik, 2010). Lina trekker frem at hun bare vil på tur. Hun har

ikke nok erfaring til gjennomføre turen på egenhånd, uten at det går ut over sikkerhets aspektet. Derfor velger hun å bruke en kommersiell aktør, og kan dermed gjør en tur som hun per den tid ikke hadde erfaring til å gjennomfør på egenhånd. Når man er villige til å betale for en opplevelse påpeker Tordsson(2003) at det for den enkelte kan fremstå som en rasjonalisering, man får i løpet av kort tid mange og intense opplevelser, men legger mindre innsats i det selv. Lina innser at hun ikke har nok erfaring for å dra på denne turen alene og for ikke å legge ut på en tur over evne⁹ bruker hun en kommersiell aktør. Flere av mine informanter snakker også om at de har valgt en kommersiell aktør for å få hjelp i forhold til all logistikk som skal til for en sånn tur. Swarbrooke mfl. (2003) skriver at et av kjennetegnene på ekspedisjonsturisme er at det er til sårbare områder uten noe særlig infrastruktur. Dette gjør at logistikken til tider kan være veldig utfordrende. Når jeg spør Jan om hvorfor han har valgt å bruke en kommersiell aktør er det med logistikken noe av det første han nevner:

«Det er umulig å gjøre det utenom, og grunnen til det er for det første all logistikk, til og fra stedet, og ikke minst forsikring. Nødssituasjoner. Du vet det er nok den vanskeligste turen logistikkmessig, bortsett fra å gå fra Canada og inn til Nordpolen. Det er mye vanskeligere logistikkmessig enn Mt. Everest. Pga distanser og uttilgjengelighet. Det er ikke tilgjengelig. (...) Så en del logistikk var veldig viktig å få til. Så da var vi avhengige av Hvitserk-systemet, så sånn sett hadde vi mer glede av Hvitserk en det jeg prøvde å si i stad. Så ja vi var nødt til å bruke det, men jeg tror det er veldig viktig å bruke dem som har vært der før, og kan dette her. (Jan)

Jan påpeker videre at «det er ikke nødvendig å finne opp hjulet på nytt». Vi lever i en tid som Giddens (1997) sier, hvor det er vanlig med ekspertsystemer. Alle turene som mine informanter går er blitt gjort før. Det finnes personer som har kompetanse på feltet og man velger å benytte seg av disse personene og systemene istedenfor å trække hele veien selv. Som Bischoff og Odden 2000 peker på, er det vår tids samfunnsendringer som har ført til at det er rom for det kommersielle friluftslivet. Vi lever i en tid hvor selvrealisering får komme i fokus, dette fordi vi har dekket så mange av våre andre behov. Når jeg spør Lina om det er noe mer hun vil legge til kommer hun inn på dette med selvrealisering:

Også litt det med at, har man penger og har man lyst, så lever vi i et samfunn hvor det på en

⁹ Tur etter evne er et uttrykk på at man velger en tur etter sitt ferdighetsnivå(Tordsson, 2003)

måte er greit. Vi lever i et samfunn, hvor selvrealisering står her oppe(strekker opp hånden så høyt det går). Så om vi ser på Maslows behovspyramide, er det er på en måte selvrealisering som står først. Hehe. Og det er litt komisk, ja hehe.(Lina)

Samfunnsendringene gjør at vi lever i et samfunn hvor det å være selvrealiserende er ok. I selvrealisering trekker Maslow frem at det handler om å lage seg mål og planer og arbeide mot disse(Brattenborg og Engebretsen, 2007). De kommersielle selskapene tilbyr å ta en del av planleggingsbiten for sine deltakere. Dette gjør at flere kan se det som mulig å få til turen. Man må jobbe med mål for å bli fysisk og psykisk klar for turen, men man trenger ikke jobbe for å få tillatelser, logistikken rundt reisen og man får en liste over hva man skal ha med og hva som kan være lurt å ha med. Dette kan være med på å senke treskelen for å få gjennomført en slik type tur, noe som gjør at flere gjør det og som igjen kan være med på endre meningsinnholdet i friluftsliv. Når naturen som Hallandvik (2010) viser til er blitt salgsvare, gjør dette fort i markedssammenheng, at det er fokus på turene. Det er opplevelsen og selve turen som er fokus i når det blir presentert av den kommersielle aktøren. Hva som er læringsutbyttet av turen kommer mer i andre rekke. Både Lina, Ida og Jan snakker om at det er utfordringen med å klare turen de søker mot for valg av sin tur. Hva de lærer og hvilke erfaringer de gjør seg ser de mer i etterkant av turen.

4.5 Selvrealisering, læring, risikosøken eller (selv)dannelse?

Man ser at grunnene for å dra på en slik type tur, blant mine informanter, ligger med en forankring i mestring, spenning og selvutvikling. Alle ville se om de ville klare å gjennomføre den turen de hadde valgt seg. Tordsson (2003) peker på at han mener det har skjedd en flytting av fokus fra læringsutbytte av turen til mer fokus på opplevelsen og selve turen. For mine informanter så stemmer det nok at i forkant så er det mer fokus på selve turen og ikke hva læringsutbyttet av den blir. Men jeg mener som Hallandvik (2010) at det fortsatt er mye rom for læring også i sammenheng med kommersielle turer. Men det er mer opp til den enkelte hva de vil, og har kapasitet til å ta til seg av læring. Når jeg snakker med Lina om hva hun sitter igjen med etter turen er hva hun lærte det første hun kommer inn på:

mm, jeg vet ikke, mm, jeg har blitt litt mer påpasselig, det her hvis man skal gjøre noe sånn liknende da. Så det å tenke gruppe kanskje. Jeg husker mm ja. At man ikke er sterkere enn det svakeste leddet i gruppen, og det er så utrolig viktig! (...) Jeg er veldig sånn at jeg

*elsker å tilegne meg nye ting, erfaringer og sånn, så jeg spurte jo masse. Jeg hang på en måte med lederne da. For å lære og for å se.(...) Jeg var nok en av dem som lærte mest, fordi jeg hadde lyst og ville lære. (...) Eller så sitter jeg igjen med masse gode minner, veldig gode minner. Og har lyst til å dra tilbake sånn(knipser med fingrene). Det gav mersmak!
(Lina)*

Rommet for læring finnes, men det er mer opp til den enkelte hva man gjør for å oppnå læring. Gurholt (2010) og Hallandvik (2010) ser på hvordan reisen kan bli brukt som en metafor for dannelse. De peker på hvordan utfallet av turen man legger ut på er ukjent, men at man ved hjemkomst vil være endret. Dannelsen kommer som en følge av ferden. Lina må, når jeg snakker med henne om hva hun har lært, tenke litt på hva turen ha gjort for henne før hun svarer, men at hun har gjort seg mange erfaringer fra turen vitner sitatet overfor om. Videre kan man se på den eventyrlige dimensjonen i hennes tur. Hun har som vist tidligere sagt at hun ikke aner hva hun går til, men det er noe hun har lyst til å prøve. Gurholt (2010) ser på den eventyrlige pedagogikken og de to ytterpunkter hvor det ene handler om kalkulert risiko med reell mulighet for å sette livet på spill, mens det andre handler om en (selv)dannelseferd hvor en gjør som «Askeladden» i eventyret; legger ut på livets landevei og følger sin nysgjerrighet og man takler de utfordringene en møter på sin ferd best mulig. Sånn jeg opplever Lina i vår samtale er at det er ikke faren og risikoen hun søker, men hun er nysgjerrig på om det går. Hun er litt som Askeladden følger sin nysgjerrighet og legger ut på livets landevei og så får hun takle de utfordringene som møte henne underveis.

Slik jeg opplever det fra mine tre informanter er det nysgjerrigheten og lysten til å oppdage noe som er ukjent for dem som driver dem til å dra på tur. Som Hallandvik (2010) sier om sine informanter, og som man også finner igjen hos mine er, at de er klar over at det er en risiko involvert i den aktiviteten de skal ut på. Men det er ikke det som er drivkraften for å dra på tur. De har ikke et ønske om å utsette seg for livsfare. De er, som Hallandvik (2010) også peker på ute etter å oppsøke et ukjent miljø, de er nysgjerrige, ønsker spenning og utfordring, de søker den ville og eksotiske naturen, de søker kunnskap og erfaring. Jan sa dette i forhold til hvorfor han velger å dra på tur til Sydpolen:

Hvorfor jeg gjør dette, det tror jeg rett og slett er fordi du trenger noen utfordringer i livet, man har godt av å ha dem. Jeg tror det er viktig jeg å utfordre seg selv innenfor både det mentalt og det fysiske, i forhold til hva en er god for.(Jan)

Det er ønsket om en utfordring som driver han. Teste seg selv i om man har det i seg. Dette viser også tilbake mot Maslows behovspyramide, at vi mennesker ønsker å strekke oss etter neste nivå, når det nivået vi er på er oppnådd (Brattenborg og engebretsen, 2007). Det er blant annet nysgjerrigheten og spenningen rundt å legge inn i det ukjente som trekker stadig flere ut på denne typen turer. Selv om det er et ønske om å få *teste seg seg* blant alle mine informanter er det ingen som er villige til å risikere livet for å få dette til. Som Hallandvik (2010) peker på ligger det innenfor den engelskspråklige litteraturen i forbindelse med begrepet *adventure tourism* en villighet til risiko. Men det er ikke noe han finner igjen hos sine informanter og ei heller noe som dukker opp hos mine. Man har lyst til å utfordre seg selv, men man er ikke villig til å sette livet på spill. At det er noe risiko på turene innenfor nisjen ekspedisjonsturisme er ikke til å komme unna. Dette fordi turene ofte går til utilgjengelige steder, med dårlig infrastruktur (Swarbrooke mfl. 2003). Denne risikoen er mine informanter klar over og utifra sine forutsetninger velger flere av den en kommersiell aktør fordi de har gjort det før og har god kompetanse i forhold til hva man skal ut på. Det er også som Jan peker på «*ikke nødvendig å finne opp hjulet på nytt*». Man ser at andre har kompetanse på feltet og velger å bruke dette for å skape mest mulig margin på turen, man benytter seg av ekspertsystemene (Giddens, 1997). Som Hallandvik (2010) sier er det et poeng å revurdere hva villigheten til risiko er når det kommer til begrepet *adventure* i en turistsammenheng.

Som Gurholt (2010) viser til innenfor den eventyrlige pedagogikken ligger det et aspektet mot nysgjerrigheten og hvor man som Askeladden i eventyrene legger ut på livets landvei og takler utfordringene underveis. Man er nysgjerrig på reisen, men ser kanskje ikke hva læringsaspektet av den blir før man kommer hjem. Det er her som Hallandvik (2010) og Gurholt (2010) peker på at rommet for (selv)dannelse ligger. Det er først ved hjemkomst at turen kommer i et nytt perspektiv. Når jeg snakker med Ida om hva hun lærte og hva hun sitter igjen med etter turen kommer hun inn på viktigheten av gruppen når du er på tur:

«eemm, du lærer jo om det med samhold og fellesskapet. Hvor utrolig viktig, sånn som hun ene som var litt dårlig gjennom hele turen, hvor viktig det er å backe og støtte hverandre opp. Men sånn er det jo, uansett hvor mye du er på tur og lever i lag med andre, så lærer du alltid noe nytt om deg selv. Og om hvordan du skal, ja ta hensyn til andre, når man lever tett i lag og, ta vare på hverandre. Det er så masse sånne personlige ting, som du lærer masse av.» (Ida)

Ida peker på at man lære mye både om gruppen og om seg selv på turen. Lina og Jan peker også på viktigheten av gruppen når man er på tur. Og som Lina sa i forhold til hva hun lærte fra sin tur, hvor viktig det er å huske at: *«man er ikke sterkere enn det svakeste leddet»*. Samtlige av mine informanter peker på at de har lært noe fra turen. Jan trekker blant annet frem at: *«hvis man har teltlag som fungere, så for all del ikke bytt»*. Dette fordi man da venner seg til hva den andre gjør i teltet til en hver tid. Hva de har lært ser de mest på i ettertid, og samtlige har noe å ta med seg videre til nye turer. Det er rom for (selv)dannelse på turene for mine informanter, men at som Hallandvik (2010) peker på kommer hva man lærer mer frem i etter tid av turen. De dra på tur for å får å kunne utfordre seg selv, men ser i ettertid at de har tilegnet seg ny kunnskap. Når turene blir satt i perspektiv til hva man har hjemme i hverdagen kan det være letter å se hva man har fått ut av dem enn når man står midt i det.

Det er mange opplevelser som mine informanter har gjort seg på sine turer. Noe som flere av min informanter trekker frem er kontraster til hverdagslivet hjemme. Lina sa blant annet i at: *«man kan bare ta seg et glass vann fra springen!»*. Man trenger ikke gå veien vil å smelte snø for å få seg et glass vann. Det er viktig å understreke at ingen av mine informanter ser på sin tur som en virkelighetsflukt. De ser det heller som en mulighet til å oppleve noe nytt. Som Hallandvik (2010) påpeker er det ikke flukten fra virkeligheten som står i fokus men hvordan turen blir satt inn i det større bildet. Det å har vært på en lang krevende tur kan kanskje føre til at man får dagliglivet sitt i et nytt perspektiv. Dette være seg om man setter mer pris på de enkle gleder i hverdagen eller at man etter turen har mer troen på seg selv fordi man har mestret et krevende tur. Både Jan, Lina og Ida uttrykker at turene har gitt mersmak. Det betyr ikke at neste tur må være gjennom et kommersielt selskap, men at de gjerne vil på både kortere og lengre turer igjen. Som Lina sa:

«Altså det her er jo, vi hadde jo med noen med på turen som bare hatet det. Som ble sjuk og syntes det ikke var noe kjekt og vi måtte ta veldig mye utstyr da fra henne, så det var jo, det er jo kjipt. Men jeg synes det var kjempe. Så det var jo på en måte, det kan gå begge veier da.»(Lina)

Som Lina påpeker her er det ingen garanti for at man skal like turen. For det er jo ikke alle som melder seg på tur med en kommersiell aktør som vet helt hva de går til. Mine informanter har dratt ut på tur fordi de har lyst til å se om de har det i seg å klare å gjennomføre disse turene. Det er i forhold til akkurat disse turene for mine informanter mer et ønske om spenning, utfordringen og

mestring som er grunnen for at de velger å dra på tur. Hovedgrunnen for å dra på tur er ikke søken etter kunnskap eller om å bli selvstendig på tur, som Tordsson (2003) peker på at ofte var motivene for å melde seg på tur tidligere. Men det finnes som Hallandvik (2010) også peker på et rom for læring og (selv)dannelse også i kommersiell sammenheng.

5 Konklusjon

Problemstillingen for denne oppgaven har vært *«Hvordan skildrer og forklarer noen deltakere innenfor nisjen ekspedisjonsturisme om sine opplevelser fra turen, hva er det de får ut av den?»*

Jeg hatt som mål å se på hva som gjør at noen personer velger å dra på ekspedisjons eller ekspedisjonsliknende turer med en kommersiell aktør. Hva som gjør at de dra, og hva de får ut av disse turene. Det er viktig å trekke frem at vi lever i en tid hvor det er rom for det kommersielle friluftslivet. Det får plass i mange ulike medier og ved at det stadig blir mer populært med en aktiv ferie ser man også en økning i ekspedisjonsturimsen.

Motivasjon for at dra på disse turene kommer for mine informanter både innen i fra og utenifra. Pga av stadig mer plass i medier og ved at det er lett å bestille slik turer, blant annet via Internett eller per telefon er dette med på å gjøre at terskelen for å melde seg på er mindre. For samtlige av mine informanter har de også et veldig ønske om å få til den turen de har valgt å bli med på. De har en indre motivasjon for å gjennomføre. Grunnene deres for å dra ligger med forankring i at det er en utfordring, det er noe nytt og det er spennende. Det er ikke kunnskap og læring som står i fokus hva gjelder mine informanter, når det kommer til hvorfor de dra på tur med en kommersiell aktør. De ønsker å utfordre seg selv og har lyst til å mestre det de begir seg ut på.

Valget om å bruke en kommersiell aktør har flere bakgrunner. Et viktig punkt er at ved å bruke en kommersiell aktør kommer man seg faktisk på tur. Det blir ikke bare med snakket. Man trenger heller ikke å finne opp hjulet på nytt. Det er mange som kan mye om de ulike turene som mine informanter har valgt å gjennomføre. Noe som gjør at de ser det som hensiktsmessig å bruke dem. Som jeg har pekt på ligger grunnene for å dra på tur med en kommersiell aktør hos mine informanter i det å få oppleve noe nytt og utfordre seg selv. De er alle klar over at det finnes noe risiko ved å dra på denne type turer, men det er ikke dette aspektet som får dem til å dra på tur.

Opplevelsene mine informanter sitter igjen med er mange og varierte. For alle tre har det gitt mersmak, det er noe de er glade for at de har fått dele med andre og de har lært mye. Hva de har lært ser de gjerne i ettertid når de har kommet hjem fra turen og man får satt den i et nytt perspektiv enn det man har når man er midt oppe i det. Det er viktig å trekke frem at dette ikke er en flukt fra hverdagslivet, men at det heller er med på å bringe enda mer til livet.

Vi er i en tid hvor selvrealisering ligger høyt oppe for mange, dette fordi veldig mange av de andre behovene vi mennesker har er dekket i vårt samfunn. Stadig flere har mulighet økonomisk til å kunne betale for å komme seg på lengre turer, og det er en trend i vårt samfunn at flere og flere ønsker en aktiv ferie. I snakk med alle mine informanter er det lett å skjønne at det er turer som har betydd mye for dem. De har opplevd at de mestrer og har fått til et mål de har satt seg. Selv om motivasjonen for å melde seg på tur ikke i utgangspunktet har vært for å bevist lære noe nytt, så har det skjedd mye læring underveis i hele prosessen før, under og etter turen.

Det er som Hallandvik (2010) påpeker i sin master et rom for læring og (selv)dannelse. Dette kommer ihvertfall frem hos mine informanter, men det er ikke det som i utgangspunktet var målet for turen. Det er som Tordsson (2003) viser til en endring i forhold til hva som er meningsdimensjonen med å dra ut på tur, i hvertfall hva gjelder de jeg har snakket med. Mine informanter har dratt på tur fordi de har muligheten til det i vårt samfunn og de har lyst på en sånn type utfordring. At de har fått med seg mye av disse turene ser de når de kommer hjem og får turen i et annet perspektiv, det har da skjedd en (selv)dannelse. Mitt utvalg er for lite til at man kan trekke noen klare tendenser utifra det. Men det kan være med som et bidrag til feltet.

Veien videre

Dette er et felt det trengs mer forskning på. En studie som hadde vært interessant å gjøre er å så på om målet med å dra på tur er ulikt om man dra på tur med en kommersiell aktør enn når man gjør det på egenhånd. Hva som gjør at folk drar på tur på egenhånd, og hva de får ut av det er det gjort mer forskning på. Spesielt når det kommer til de som drar ut på tur og kanskje er med på å presse grensene for hva som er mulig innenfor ulike grener i friluftslivet. Dette hadde vært spennende å se dette mer inn mot hverandre.

6 Litteraturliste

6.1 Bøker

Bischoff, A. og Odden, A. (2000) *Moderniseringsprosesser i utmarka – Konsekvenser av endring innenfor friluftslivet*. I: utmark nr.1. Utmarkskommunenenes sammenslutning, Oslo

Brattenborg, S., og Engebretsen, B. (2007) *Innføring i kroppsøvningsdidaktikk*. 2.utgave. Kristiansand: Høyskoleforlaget

Dalland, O. (2012) *Metode for oppgaveskriving*. 5.utgave. Oslo: Gyldendal Akademiske

Fredmann, P., Reinius, S. W., og Lundberg, C. (2009) *Turism i natur – Definitioner, omfang, statistikk*. Turismforskningsinstituttet ETOUR. R 2009:23.

Giddens, A. (1997) *Modernitetens Konsekvenser*. Valdres: Pax forlag

Gurholt, K. P. (2010) Eventyrlig pedagogikk. I: Gurholt, K. P. Og Steinsholt, K. (red.) *Aktive liv : idrettspedagogiske perspektiver på kropp, bevegelse og dannelse*, s.75-205???. Trondheim: Tapir akademiske

Hallandvik, F.(2012) *I tryggeheider – på ville veier. Om å være deltaker på føringstur i høyfjellet*. Masteroppgave, Oslo: Norges idrettshøgskole, seksjon for kroppsøving og pedagogikk

Halvorsen, K. (2008) *Å forske på samfunnet - en innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. 5.utgave. Oslo: Cappelen akademiske forlag

Kvale, S. og Brinkmann, S. (2009) *Det kvalitative forskningsintervju*. 2.utgave. Oslo: Gyldendal Akademiske

Mehemetoglu, M. (2007) *Naturbasert turisme*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad og Bjøreke AS

Swarbrook, J., Beard, C., Leckie, S., og Pomfret, G. (2003) *Adventure tourism : the new frontier*. London: Butterworth-Heinmann.

Tordsson, B.(2003). *Å svare på naturens åpne tiltale – en undersøkelse av meningsdimensjoner i norsk friluftsliv på 1900-tallet og en drøftelse av friluftsliv som sosiokulturelt fenomen.(PhD)*. Oslo: Norges idrettshøgskole, institutt for samfunnsfag

Viken, A.(red.)(2001). *Turisme – Tradisjon og trender*. Oslo: Gyldendal Akademiske

6.2 Andre kilder

Abraham Maslow. (2012, 10. februar). I Store norske leksikon. Tilgjengelig fra:

http://snl.no/Abraham_Maslow. Hentet 15. november 2013.

Bråtebekken, C.(2012). *Ekspedisjonsiveren sprenger alle grenser*. Tilgjengelig fra:

<http://www.dn.no/d2/reise/article2377536.ece> Hentet 15. september 2013.

Lekmann. (2013, 30.april). I Store norske leksikon. Tilgjengelig fra: <http://snl.no/lekmann>. Hentet 15. desember 2013

Maslows behovspyramide. (2013) Psykemagasinet. Tilgjengelig fra:

<http://psykmagasinet.no/psykologi/maslows-behovspyramide/> Hentet 20. november 2013

Når gjelder meldeplikten? (2013). Norsk samfunnsvitenskaplige datatjeneste. Tilgjengelig fra:

<http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeskjema> Hentet 25. november 2013

Peter Wessel Zapffe. (2011, 20. november). I Store norske leksikon. Tilgjengelig fra:

http://snl.no/Peter_Wessel_Zapffe. Hentet 01. desember 2013.

7 Vedlegg

7.1 Intervjuguide

Introduksjon

- Informasjon om prosjektet og tema – Skriver om kommersielt friluftsliv fra et deltaker perspektiv – hva man får ut av turen
- Man trenger ikke å svare på spørsmål om man ikke ønsker
- strukturen i intervjuet har en løs form, dette gjør at man kan komme tilbake til tidligere spørsmål
- All informasjon vil bli behandlet konfidensielt
- Den enkelte kan når som helst trekke seg fra intervjuet uten å trenge å oppgi grunn for det.
- Under intervjuet vil jeg ta notater og ta opp intervjuet på diktafon. Dette vil senere bli transkribert
- Intervjuet slettes etter databehandling
- Tilgang til intervjuet er det kun jeg og veileder som vil ha.

Bakgrunnsspørsmål

- Alder
- yrke
- sivilstatus
- utdanning

Turen

- Kan du fortelle litt om turen?
- hvorfor valgte du akkurat denne ekspedisjonen? Tilfeldig eller bevist?
- Hvilke forventninger hadde du til turen?
- Hvordan var resten av gruppen?
- Kjente du noen fra før?
- Hva hadde guiden å si for turen? Hva for en bakgrunn hadde hun/han?

Forhold til ekspedisjon

- Hva er en ekspedisjon for deg?
- Hvordan vil du beskrive ditt forhold til natur og lengre turer
- hvordan vil du beskrive ditt erfarings- og ferdighetsnivå ifht å ferdes på lengre turer/ekspedisjoner
- hvorfor valgte du akkurat denne ekspedisjonen? Tilfeldig eller bevist?
- hvilke aktiviteter og turer drive du med i det daglige?

Opplevelser

- Hvilke opplevelser er det du sitter igjen med etter turen?
 - Naturen
 - kulturen

- lederskap og medbestemmelse
 - økonomi
 - miljø
 - sosialefaktorer
- Hadde turfølge noe å si for hvordan du opplevde ekspedisjon?
 - Hadde guiden noe å si for hvordan du opplevde ekspedisjon?
 - Er det noen spesielle hendelser/opplevelser som du husker spesielt godt

Den kommersiell aktør

- Hva var grunnen til at du valgte å gå med en kommersiell aktør?
- hvilken kommersiell aktør var det du gikk med?
- Hvorfor valgte du denne aktøren? Tilfeldig eller bevist?
- Har du brukt en kommersiell aktør til andre turer?
- Kunne du ha gjennomført ekspedisjon på egenhånd? Hvorfor, hvorfor ikke?
- Hadde aktøren noen krav/anbefalinger til forberedelser, utstyr, trening o.l?

I etterkant

- tror du turen har endret deg på noe vis? I så fall på hvilken måte?

- ville du gjort det igjen? Hvorfor, hvorfor ikke?
- Svarte turen til forventningene dine?
- Lærte du noe av ekspedisjonen?
- Hvilket forhold har du til ekspedisjoner etter din egen. Har det endret seg?
- Er det noen nye vaner du har lagt til i hverdagen pga ekspedisjonen du var på?
- Følte du at du var på en kommersiell tur eller kjentes det mer ut som en vennetur?
- Følte du at det var en typisk masseturisme tur? Eller en nisjetur?
- Tror du «alle» kan klare å gjennomføre en slik tur?
- hvis du må plukke ut de tre beste opplevelsene hva var de?
- Har du noen nye prosjekter/ekspedisjoner du skal på? Med eller uten kommersiell aktør?